

Inhaltsübersicht

A. Einführung	1
I. Automobilvertrieb in Deutschland seit 1900	1
II. Automobilvertrieb als ordnungspolitische Herausforderung	3
III. Gegenwart und Zukunft von Automobilvertriebsstrukturen	37
B. Selektive Vertriebssysteme	49
I. Begriff	49
II. Quantitative und qualitative Selektion	51
III. Kartellrechtliches Diskriminierungsverbot	52
IV. Lückenlosigkeit des selektiven Vertriebssystems	55
V. Rechtsfolgen bei Vertriebssystembruch	62
C. GVO 1400/2002	65
I. Grundlagen und Begriffe	65
II. Vertriebsstrukturoptionen der Hersteller	90
III. Betriebsstrukturoptionen der Vertragshändler	107
IV. Besondere Vertragsbedingungen	114
V. Regelungen für den After-Sales-Markt	130
VI. Verbraucherschutz	148
VII. Entzug und Nichtanwendbarkeit der Verordnung	155
VIII. Übergangsfristen	159
D. Exkurs: Problemfelder bei einer möglichen Anwendung der GVO 2790/1999 auf Kfz-Vertriebssysteme	163
I. Grundzüge der GVO 2790/1999	163
II. Bedeutung der GVO 2790/1999 für den Kfz-Vertrieb	165
III. Anwendbarkeit der GVO 2790/1999 auf Vertriebsverträge	166
IV. Inhaltliche Problemfelder bei Anwendung der GVO 2790/1999 auf den Kfz-Vertrieb	171
V. Fazit	182
E. Ausgleichsansprüche des Vertragshändlers	183
I. Ausgleichsansprüche für drittbestimmte Investitionen	183
II. Ausgleich für Überlassung des Kundenstamms	199
Anhänge	211
I. GVO 1400/2002	213
II. Leitfaden zur GVO 1400/2002	239
Stichwortverzeichnis	336
III. GVO 2790/1999	342
Sachregister	353

Inhaltsverzeichnis

A. Einführung	1
I. Automobilvertrieb in Deutschland seit 1900	1
II. Automobilvertrieb als ordnungspolitische Herausforderung	3
1. Marktordnung von 1933	4
2. EWG-Vertrag	5
a) Art. 81 EG	7
aa) Kartellverbot (Art. 81 Abs. 1 EG)	7
bb) Freistellungsmöglichkeiten (Art. 81 Abs. 3 EG)	9
cc) Rechtsfolgen (Art. 81 Abs. 2 EG)	10
b) VO 17/62 – System der Einzelfreistellung	11
aa) Geltende Grundprinzipien	12
bb) System der Legalausnahme	13
cc) Bedeutung von Einzelfreistellungen für Kfz-Vertriebs- systeme	16
dd) Weitere Rechtsakte	16
c) VO 19/65 – Grundlage für Gruppenfreistellungsverord- nungen	17
aa) Ermächtigung für den Erlass von GVOen	17
bb) Entzug der Freistellung	19
3. BMW-Entscheidung von 1974	19
4. Handelsvertreter oder Vertragshändler?	23
a) Klassische Abgrenzung zwischen Handelsvertretern und Vertragshändlern	24
b) Praktische Abgrenzungsprobleme und Notwendigkeit eines Kartellrechts für Handelsvertreter	25
c) Handelsvertreter in der kartellrechtlichen Gesetzgebung ..	27
aa) Übernahme des geschäftlichen Risikos als Abgren- zungskriterium zwischen echten und unechten Han- delsvertretern	28
bb) Konkretisierung des Abgrenzungskriteriums	28
cc) Kartellrechtliche Beurteilung des Verhältnisses zwischen Handelsvertreter und Geschäftsherrn	30
d) Konsequenzen für den Kfz-Vertrieb	30
5. Gruppenfreistellungsverordnungen für den Kfz-Vertrieb	32
a) GVOen im System des EU-Kartellrechts	32
b) GVO 123/85	34
c) GVO 1475/95	35
III. Gegenwart und Zukunft von Automobilvertriebsstrukturen	37
1. Entstehung der GVO 1400/2002	37
2. Umsetzung der GVO jetzt und zukünftig	46
B. Selektive Vertriebssysteme	49
I. Begriff	49
II. Quantitative und qualitative Selektion	51
III. Kartellrechtliches Diskriminierungsverbot	52
IV. Lückenlosigkeit des selektiven Vertriebssystems	55

Inhaltsverzeichnis

1. Kartellrechtliche Relevanz	56
2. Lauterkeitsrechtliche Relevanz	58
a) Abwehrfähige Lückenhaftigkeit	59
b) Abwehrstrategien bei nicht abwehrfähiger Lückenhaftigkeit	59
3. Vertriebssysteme als unternehmerische Leistung mit Wettbewerbsrechtsschutz?	61
V. Rechtsfolgen bei Vertriebssystembruch	62
1. Abstufung des Vertriebssystems durch Entzug der Freistellung	62
2. Auflösung des Vertriebssystems wegen Lückenhaftigkeit	63
C. GVO 1400/2002	65
I. Grundlagen und Begriffe	65
1. Aufbau	65
2. GVO 1400/2002 und ihr Leitfaden	67
3. Begriffsbestimmungen	69
a) „Wettbewerber“	69
b) „Wettbewerbsverbot“	69
c) „Alleinbelieferungsverpflichtung“	70
d) „Selektive Vertriebssysteme“	71
e) „Käufer“	71
f) „Kraftfahrzeuge“	72
g) „Ersatzteile“	72
h) „Endverbraucher“	72
4. Geltungsbereich	73
a) Zentrales Anwendungskriterium	73
aa) Neue Kraftfahrzeuge	73
bb) Zubehör, Betriebs- und Hilfsstoffe	74
b) Erweiterung des Anwendungsbereiches	76
c) Einschränkung des Anwendungsbereiches	78
d) Anwendungsbereich in der Praxis	79
5. Marktanteilsschwellen und Abgrenzung des Marktes	80
a) Marktanteile in der GVO 1400/2002 als Indikator für Marktmacht	81
b) De-minimis-Regel und GVO 1400/2002	81
c) Berechnung des Marktanteils	82
d) Der relevante Markt	83
aa) Der räumlich relevante Markt	83
bb) Der sachlich relevante Markt	84
e) Problematik der Marktanteilsschwellen	86
f) Beispiele der Kommission als Hilfestellung?	88
g) Fazit	89
II. Vertriebsstrukturoptionen der Hersteller	90
1. Selektiver Vertrieb	92
a) Standortregelungen	92
aa) Bestimmung des (Haupt-)Standortes	92
bb) Geltungsbereich der Standortklausel	93
cc) Verkaufsstellen und Auslieferungsstellen	93
dd) Qualitätsstandards der Filialen	95

Inhaltsverzeichnis

ce) Abgabepreise	97
b) Aktive und passive Verkäufe in selektiven Vertriebssystemen/ Belieferungsverbot von Außenseitern	97
c) Fazit	98
2. Exklusiver Vertrieb	99
a) Kriterien der Marktaufteilung	101
b) Märkte mit unterschiedlichen Vertriebssystemen	101
c) Fazit	102
3. Direktvertrieb	103
a) Begriff	103
b) Regelungen der GVO 1400/2002	104
c) Belieferung bestimmter Kundengruppen in selektiven Vertriebssystemen	105
III. Betriebsstrukturoptionen der Vertragshändler	107
1. Verkauf	108
2. Werkstatt	110
3. Vermittlung	112
4. Kombinationen	113
IV. Besondere Vertragsbedingungen	114
1. Mehrmarkenvertrieb	114
2. Leasing	119
3. Internet	121
4. Verkaufsziele	122
5. Querlieferungen	125
6. Veräußerung von Betrieben	125
7. Kündigung	127
8. Schlichtungsvereinbarung	129
V. Regelungen für den After-Sales-Markt	130
1. Ersatzteile	131
a) Begriff	131
b) Nachweis der Qualität	132
c) Marktabgrenzung	133
2. Vertragshändler	134
3. Autorisierte Werkstätten	135
a) Marktabgrenzung und Marktanteilsschwellen	135
b) Zulassung einer Werkstatt	137
c) Vertragsbedingungen	138
aa) Ersatzteilbezug	138
bb) Garantie und Gewährleistung	139
cc) Verwendung der Ersatzteile	140
dd) Standortwahl	141
ee) Mehrmarkenreparaturen	141
4. Freie Werkstätten	142
a) Zugang zu technischen Informationen	142
b) Werkstatt-Franchisenetze	145
5. Ersatzteilproduzenten	146
VI. Verbraucherschutz	148
1. Neufahrzeugbezug im Binnenmarkt	150

2. Verfügbarkeitsklausel	151
3. Garantie- und Gewährleistung	152
4. Einschaltung von Vermittlern	154
VII. Entzug und Nichtanwendbarkeit der Verordnung	155
1. Entzug	155
2. Nichtanwendbarkeit	157
VIII. Übergangsfristen	159
D. Exkurs: Problemfelder bei einer möglichen Anwendung der GVO 2790/1999 auf Kfz-Vertriebssysteme	163
I. Grundzüge der <i>GVO 2790/1999</i>	163
II. Bedeutung der <i>GVO 2790/1999</i> für den Kfz-Vertrieb	165
III. Anwendbarkeit der <i>GVO 2790/1999</i> auf Vertriebsverträge	166
1. Freistellungsvoraussetzungen des Art. 2 <i>GVO 2790/1999</i>	167
2. Kfz-Hersteller und ihr Marktanteil nach Art. 3 und Art. 9 <i>GVO</i> <i>2790/1999</i>	168
3. Entzug und Nichtanwendbarkeit nach Art. 6–8 <i>GVO 2790/1999</i>	169
IV. Inhaltliche Problemfelder bei Anwendung der <i>GVO 2790/1999</i> auf den Kfz-Vertrieb	171
1. Vertriebsprinzipien	171
a) Selektiver Vertrieb	172
b) Exklusiver Vertrieb	172
c) Kombination von selektivem und exklusivem Vertrieb	173
d) Direktvertrieb	174
e) Franchise	175
2. Mehrmarkenvertrieb	175
3. Verbindung von Neuwagenverkauf und Kundendienst	176
4. Belieferung der Händler mit Vertragswaren	176
a) Ersatzteilbezug	176
b) Jahreszielvereinbarungen	177
c) Querlieferungen	178
5. Schutz der Verbraucher	178
a) Einkauf von Kraftfahrzeugen und Garantieleistungen im Binnenmarkt	178
b) Tätigkeit von Vermittlern	178
c) Verfügbarkeitsklausel	179
6. Schutz der Teilehersteller und unabhängigen Werkstätten	179
a) Qualitätsniveau der Ersatzteile	179
b) Verwendung von Waren- und Firmenzeichen	179
c) Zugang zu Netzen der Vertragsbetriebe	180
d) Erlangung technischer Informationen	180
7. Kündigungsfristen	180
8. Vertrieb über Internet	181
V. Fazit	182
E. Ausgleichsansprüche des Vertragshändlers	183
I. Ausgleichsansprüche für drittbestimmte Investitionen	183
1. Hintergrund	183

Inhaltsverzeichnis

2. Rechtsnatur des Vertragshändlervertrages	185
a) Zivilrecht	185
b) Kartellrecht	186
c) Konzernrecht	187
3. Rechtswirkungen einer ordentlichen Kündigung	190
a) Rechtmäßigkeit einer ordentlichen Kündigung	190
aa) Ordentliche Kündigung und Kartellrecht	190
bb) Ordentliche Kündigung und Vertrauensgrundsätze	192
b) Rechtsfolgen einer ordentlichen Kündigung	193
aa) Kartellrechtliche Rechtsfolgen	194
bb) Zivilrechtliche Rechtsfolgen	194
4. Inhalt der Ausgleichsansprüche	196
a) Ausgleichsfähige Investitionen	196
b) Umfang des Ausgleichsanspruchs	197
II. Ausgleich für Überlassung des Kundenstamms	199
1. Analoge Anwendung von § 89 b HGB auf Vertragshändler	199
a) Einbindung in die Absatzorganisation des Herstellers	200
b) Überlassung von Kundendaten	201
2. Voraussetzungen von § 89 b HGB	202
a) Vertragsbeendigung	202
b) Bemessungsgrundlagen	203
aa) Erhebliche Vorteile und Rabattverluste	204
bb) Billigkeit	206
cc) Exkurs: Billigkeitsabschläge bei Vermittlertätigkeit	208
c) Abzinsung und Mehrwertsteuer	209
d) Ausgleichshöchstgrenze	209
Anhänge	211
I. GVO 1400/2002	213
II. Leitfaden zur GVO 1400/2002	239
Stichwortverzeichnis	336
III. GVO 2790/1999	342
Sachregister	353